Capitulo III

**Mercado del té:**

Principales países consumidores de tè orgánico:

Los mercados principales de la Unión Europea (UE) para el té orgánico son el Reino Unido y Alemania, con un consumo estimado de 1.000 a 1.500 toneladas y de 600 a 800 toneladas respectivamente en el 2002. Todos los otros países europeos consumieron un máximo de 100 toneladas de té verde o negro por año en aquel momento, que significó una cuota de mercado bien por debajo del 1%. Puede esperarse que el mercado ha aumentado aún más en el último par de años, considerando la importancia creciente en Europa Occidental en el consumo de productos orgánicos, y en el enfoque creciente de los consumidores en asuntos de sostenibilidad, así como por la creciente presencia en los principales canales de distribución. Mientras que el precio en el mercado del té convencional es relativamente fijo debido al equilibrio entre la oferta y la demanda, el pequeño mercado orgánico está caracterizado por grandes fluctuaciones de precio.

**Importaciones:**

Las importaciones de té en la UE disminuyeron cada año entre 2001 y 2005. Sin embargo, mientras las importaciones disminuyeron 4,6% anualmente en el valor, los volúmenes importados sólo disminuyeron un 0,4% anualmente, alcanzando los 706 millones de Euros / 323 mil toneladas en el 2005. Esto muestra una disminución general en los precios de importación, pero como se explica en los estudios de mercados del CBI(Centro de Promoción de Importaciones de Países en Desarrollo) que cubren los mercados individuales en los países miembros de la UE, esta tendencia no es general.

A pesar de esto el volumen de té orgánico que se comerció en el mercado mundial ha aumentado considerablemente en los últimos años, a partir de que los cultivadores de té son más consientes sobre los problemas ambientales y los severos peligros para la salud, también porque la demanda para el té orgánico continúa aumentando. Los mayores productores de té orgánico son la India (con cerca del 60% del área global de té orgánico y en conversión) y China (cerca de un cuarto). Otros países en vías de desarrollo con producción (muy marginal) de té orgánico son Sri Lanka, Tanzania, Vietnam, Bolivia, Argentina e Indonesia. Como hay una pequeña o ninguna demanda local para el té orgánico, el té es exportado en su mayor parte a países occidentales y los principales destinos son Alemania y el Reino Unido.

**El consumo de té en México; crece 20% anual:**

(La jornada, noviembre 2007)

En México, el aumento en la tendencia en el consumo del té comenzó hace cinco años, a nivel mundial ha aumentado ya que cada vez se descubren más usos medicinales., Aunque el tamaño del mercado mexicano es grande aún puede considerarse incipiente, porque el consumo ha sido de lo que se elabora por medio de yerbas, no de té como tal.

Como bebida, el boom del consumo de tés tiene pocos años. Comercialmente los tés se clasifican en estándar y premium, lo cual implica diversos precios, bajos y altos. La marca más conocida en el mundo es Twinings debido a su trayectoria.

Lo importante ahora es generar una cultura del té ya que en México no existe. La difusión es fundamental, tanto sobre los sabores como sobre los beneficios de algunas marcas. No es lo mismo consumir marcas caras que baratas debido a la calidad. Es difícil que los de buena calidad se puedan hallar en la tienda de la esquina, que son los que generalmente consumimos.

Los tés caros se pueden hallar en tiendas departamentales y en autoservicios, y los precios dependen del sabor, de las mezclas, de los ingredientes. No es lo mismo un té que sólo tiene Camellia sinensis deshidratada a uno que trae clavo, jengibre, canela, etcétera. En este mundo global los costos varían día a día.

Twinings:

Llegó hace 20 años a México, y son la marca de la Casa Real Británica; Tomar té es parte de la vida, de la tradición y cultura del inglés, quien acostumbra tomarlo entre cuatro y cinco de la tarde, invariablemente.

Otro de los detalles importantes es que se le agrega leche, sobre todo al té negro, aunque últimamente se ha puesto de moda el verde, por el tema de los antioxidantes, que se asocian al no envejecer. Todo lo que es té, que se deriva de la Camellia sinensis, contiene flavonoides (son pigmentos naturales presentes en los vegetales que protegen al organismo del daño producido por agentes oxidantes)1 y antioxidantes, pero hay tés que varían en el contenido. El negro, que es un té oxidado, contiene menor cantidad de antioxidantes. El verde y el blanco los tienen en mayor concentración, pero al final todos vienen de la misma plantita.

Informó que en México, Twinings distribuye 20 variedades de las más de 200 que venden a escala mundial.

El mercado en México, para Twinings, equivale a unos 35 millones de dólares, al cierre de 2006. Lo importante es que este mercado está creciendo a tasas arriba de 20 por ciento y actualmente no hay muchos países con este crecimiento.